

Crowdfunding : le marathon de la séduction polygame... Épisode 3

Simon Leloutre, fondateur de Puump ! vous raconte les dessous de sa campagne de crowdfunding. Objectif : 150 000 euros !

Temps de lecture : minute

11 octobre 2018

[Relire l'épisode précédent](#)

Ma maman - au-delà des névroses qu'elle s'est évertuée au fil de mon enfance à me transmettre et qui auront permis à mon psy de boucler l'équivalent de plusieurs campagnes de crowdfunding, mais je ne m'étendrai pas là-dessus souhaitant conserver des relations familiales convenables à même de me laisser l'espoir un jour d'accéder à ma part d'héritage -, ma maman, donc, a eu au moins un mérite : celui de me donner des rudiments de bonne éducation et de bienséance. Merci mômman, je t'aime aussi. Vous comprendrez en lisant ces lignes que tout a volé en éclat en 24h...

Conscient de cet actif social conséquent qui me permet aujourd'hui d'être à l'aise avec tout type d'interlocuteur et en toutes circonstances, je me suis contraint lors de mes [deux précédentes chroniques](#) sur les dessous de notre campagne de crowdfunding de m'étendre au minimum sur le cœur de notre sujet, Puump !, et son activité, pour me focaliser sur les implications quotidiennes qu'engendrait ce type d'exercice, afin de permettre au lecteur sadique de se détendre un peu devant la narration de nos galères, et pour les lecteurs moins sadiques de connaître quelques

bonnes pratiques à mettre en œuvre et chausse-trappes à éviter pour réussir son coup si un jour il est aussi amené à parcourir ce fameux marathon de la séduction polygame.

Point de quincaillerie à vendre, donc, pour ne pas contrarier les plans maternels d'avoir un fils poli et désintéressé, mais un retour d'expérience qui se veut utile.

A quelques jours de la fin de notre campagne, je me vois cependant contraint - vous m'en excuserez j'en suis certain - de devoir faire un peu ma déballe. Loin de moi l'idée de transformer cette tribune qui m'est offerte par nos amis de Maddyness en un billet publi-rédactionnel digne des meilleurs articles de certains de leurs concurrents - mais vous le savez maintenant, je sais taire les noms -, mais pour être exhaustif sur le déroulé de notre sprint final pour tenter d'atteindre notre objectif espéré de 150 000 euros, il me devient nécessaire de m'étendre un minimum sur ce que nous vendons afin d'illustrer les actions menées cette semaine.

30 000 euros sur 150 000

Lundi dernier, à 5 jours de notre échéance, c'est le conseil de guerre avec mes associés, façon Général Patton le 5 juin 1940. Huuummm, un peu plus de 30 000 euros sur un objectif de 150 000, si je prends ma calculette Casio qui m'a permis d'avoir mon bac, ça fait pas bezef'. On a beaucoup dragouillé, mais la dure réalité est que notre tableau de chasse, pour reprendre l'expression douteuse utilisée dans mon précédent billet et qui pourrait me coûter l'héritage évoqué plus haut, demeure relativement modeste.

Conclusion : en période de guerre, il faut se comporter en petits loulous pour emballer à fond. Je me refais alors le film d'un reportage putassier regardé un soir de dépression sur une chaîne de la TNT et qui dévoilait les méthodes de trois copains - Matéo, Kévin et Jonathan, dit Jôôhn - en

vacances dans un camping de La Palmyre en Charente, pour " *serrer un max de meufs* " lors de leur dernière sortie au Rancho, la célèbre boîte de la région. CKOne au litre, chemise repassée, Pento dans les cheveux, dents lavées, et zou!, on tire sur tout ce qui bouge, dès lors que le tout ce qui bouge en question appartient à la gente féminine. Impossible de trouver meilleure source d'inspiration qu'au travers de tels maîtres de la séduction polygame. Maniant néanmoins plus facilement la plume que l'art du Pento dans les cheveux et ayant passé l'âge de s'asperger de CKOne, nous adaptons à notre manière les méthodes de nos trois héros.

Décision est donc prise de contacter le maximum de personnes susceptibles d'avoir un minimum d'intérêt pour le pneumatique, et plus spécifiquement son gonflage. Nous rendant compte que le caoutchouc vulcanisé n'est pas forcément le meilleur angle d'attaque pour séduire à la volée et massivement de potentiels investisseurs, nous jouons la carte des " nouveaux services en mobilité ", plus vendeurs, et décidons de prendre la plume pour rédiger un mail soulevant une à une toutes les objections auxquelles nous avons été confrontés depuis plusieurs mois pour y répondre point par point. Nous évitons évidemment la moindre once d'humour, nous sommes des garçons sérieux, sur un sujet sérieux et dans une situation sérieuse.

Et c'est là que nous devenons des Loulous charentais avec une opération de grande ampleur que nous n'aurions jamais osée mettre en œuvre si nous n'avions pas été poussés dans nos retranchements par la dure réalité de la vie d'entrepreneur : au culot, nous inondons tous nos réseaux de ce mail. Ma base LinkedIn et mes 1.700 contacts pro y passe, quitte à être blacklisté à vie, et nous écumons la base des investisseurs SmartAngels à qui le dossier avait été automatiquement ouvert, ayant souligné un intérêt pour les sujets liés à la mobilité.

Pas très classe, mais efficace : en 48h, nous avons enregistré, outre des retours amusés souvent très positifs, plus de 25.000€ d'investissements

supplémentaires, et des promesses et marques d'intérêt qui nous laissent penser qu'avant la fin de la semaine, nous devrions dépasser les 80.000€. En comptant sur les investisseurs qui attendent la dernière minute pour se lancer, notre objectif nous semble moins inatteignable qu'il y a 2 jours. Le grand philosophe youtubeur Remi Gaillard l'avait bien dit " *c'est en faisant n'importe quoi qu'on devient n'importe qui* ". C'est important de savoir placer à bon escient des maximes de grands hommes dans ses écrits, c'est en tout cas ce que j'ai appris sur les bancs de Sciences Po, je n'allais donc pas m'en priver.

Ces 2-3 prochains jours risquent d'être rock n'roll pour notre palpitant, mais je vais vous l'avouer : quel kif en fait tout ce stress ; sinon nous n'aurions pas décidé de replonger dans l'aventure entrepreneuriale !

Si vous souhaitez prendre part à l'aventure, et participer au succès de Puump !, c'est donc maintenant qu'il faut plonger ; mon prochain et dernier billet sera uniquement l'occasion de faire un bilan de ces dernières semaines... et vous saurez enfin si cette campagne est un succès.

Pour investir, c'est donc ICI et maintenant, avant qu'il ne soit trop tard

PS : je ne résiste pas - à titre pédagogique uniquement, il va de soi - de vous donner accès au mail envoyé à l'ensemble de nos contacts. Si vous utilisez ce mail pour en savoir plus sur Puump !, sachez que ce n'était évidemment pas notre intention ☐